UNIWERSYTET IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU

Badania i promocja organizacji

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Socjologia **Specjalność** Socjologia relacji **Jednostka organizacyjna** Wydział Socjologii **Poziom studiów** studia drugiego stopnia **Forma studiów** studia stacjonarne **Profil studiów** profil ogólnoakademicki	**Cykl dydaktyczny** 2024/25 **Kod zajęć** 24SOCSORS.24.13110.24 **Języki wykładowe** polski **Obligatoryjność** Obowiązkowy specjalnościowy **Blok zajęciowy** Przedmioty kierunkowe uzupełniające

Koordynator zajęć	Łukasz Rogowski
Prowadzący zajęcia	Łukasz Rogowski

Okres	**Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia**	**Liczba punktów ECTS**
Semestr 3	• Konwersatorium: 30, Zaliczenie z oceną	4

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Przekazanie wiedzy na temat zasad skutecznego funkcjonowania organizacji
C2	Prezentacja narzędzi do diagnozy aktualnego stanu organizacji w odniesieniu do jej sytuacji marketingowo-promocyjnej
C3	Przekazanie wiedzy o klasycznych odmianach marketingu i promocji
C4	Prezentacja zasad i narzędzi dotyczących nowych form promocji i marketingu (grywalizacja, marketing sensoryczny, marketing narracyjny, marketing internetowy)

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu metod i technik badań społecznych.

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy – Student/ka:			
W1	Zna i rozpoznaje klasyczne formy marketingu i promocji	SOC_K2_W04, SOC_K2_W05	Raport, Prezentacja multimedialna
Umiejętności – Student/ka:			
U1	Potrafi stosować narzędzia do diagnozy stanu organizacji w odniesieniu do jej sytuacji promocyjno-marketingowej	SOC_K2_U02, SOC_K2_U03	Raport, Prezentacja multimedialna
U2	Potrafi zaplanować kampanię promocyjno-marketingową organizacji	SOC_K2_U01, SOC_K2_U02, SOC_K2_U03, SOC_K2_U05, SOC_K2_U06	Raport, Prezentacja multimedialna
U3	Potrafi zastosować narzędzia do realizacji nowych form działań marketingowo-promocyjnych	SOC_K2_U03, SOC_K2_U05	Raport, Prezentacja multimedialna
U4	Wykorzystuje wiedzę socjologiczną w interpretacji kampanii promocyjnych.	SOC_K2_U02, SOC_K2_U06	Raport, Prezentacja multimedialna
Kompetencji społecznych – Student/ka:			
K1	Jest świadomy_a wpływu kampanii promocyjnych na funkcjonowanie organizacji i jej otoczenia społecznego	SOC_K2_K03	Raport, Prezentacja multimedialna

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Promocja jako zjawisko społeczne i element działań marketingowych. Podstawowe klasyczne i niestandardowe formy promocji. Komunikacja marketingowa i promocyjna.	W1, U4, K1	Konwersatorium
2.	Tożsamość, pozycjonowanie, rewitalizacja marki. Persony jako sposób kreowania i badania marki.	U1, U2, U4	Konwersatorium
3.	Otoczenie marketingowe i segmentacja rynku. Strategie i plany promocyjne.	U1, U2, U4	Konwersatorium
4.	Grywalizacja jako zjawisko społeczne i forma działań promocyjnych.	U2, U3, U4, K1	Konwersatorium
5.	Marketing narracyjny.	U2, U3, U4, K1	Konwersatorium
6.	Marketing zmysłowy. Tryvertising i event marketing.	U2, U3, U4, K1	Konwersatorium

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
7.	Wykorzystanie nowych technologii w działaniach promocyjnych: marketing internetowy, content marketing, marketing szeptany, real-time marketing.	U2, U3, U4, K1	Konwersatorium

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Konwersatorium	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Metoda analizy przypadków, Metoda warsztatowa, Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Konwersatorium	Zaliczenie odbywa się na podstawie przygotowanego w grupie projektu dotyczącego wybranej organizacji. W ramach projektu stosowane są poznane podczas zajęć narzędzia służące diagnozie obecnego stanu organizacji oraz zaplanowaniu przyszłych działań promocyjno-marketingowych. Projekty są przygotowane w formie pisemej i prezentowane podczas ostatnich zajęć. Warunkiem przystąpienia do zaliczenia jest nieprzekroczenie dozwolonej liczby nieobecności.

Wykorzystanie narzędzi SI na zajęciach

Konwersatorium

1. Metody i formy prowadzenia zajęć	
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	
Metoda analizy przypadków	
Metoda warsztatowa	
Praca w grupach	
2. Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć	
Raport	
Prezentacja multimedialna	
Zasady wykorzystania narzędzi SI na zajęciach:	

Literatura

Obowiązkowa

1. Kotler Philip, „Marketing”, Poznań 2005 (i późniejsze).

Dodatkowa

1. Raporty i dokumenty organizacji, w odniesieniu do których realizowane są projektu marketingowo-promocyjne

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
Konwersatorium	30
Przygotowanie do zajęć	15
Przygotowanie raportu	45
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 100
Liczba punktów ECTS	**ECTS** 4

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
SOC_K2_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozpoznawania oczekiwań różnorodnych interesariuszy, podejmowania działań we współpracy i na rzecz otoczenia społeczno-gospodarczego
SOC_K2_U01	Absolwent/ka potrafi refleksyjnie i krytyczne dokonywać wyboru perspektywy teoretycznej, źródeł danych, metod i technik ich gromadzenia oraz analizy w celu rozwiązania złożonych problemów badawczych i społecznych, także w nowych i nieprzewidywalnych warunkach
SOC_K2_U02	Absolwent/ka potrafi krytycznie gromadzić oraz selekcjonować informacje i materiały niezbędne do pracy badawczej, naukowej i zawodowej, korzystając przy tym z różnych źródeł i posługując się nowoczesnymi technologiami
SOC_K2_U03	Absolwent/ka potrafi samodzielnie zaplanować i zrealizować poszukiwanie rozwiązań wykorzystujących wiedzę akademicką w praktyce społecznej
SOC_K2_U05	Absolwent/ka potrafi przyjmować różnorodne role w zespołach (w tym – zespołach badawczych)
SOC_K2_U06	Absolwent/ka potrafi samodzielnie pogłębiać i aktualizować wiedzę oraz umiejętności z zakresu nauk socjologicznych, a także projektować swój rozwój zawodowy
SOC_K2_W04	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębiony sposób wybrane metody i techniki badań społecznych (gromadzenia danych i ich analizy), ich specyfikę, ograniczenia i obszary zastosowania
SOC_K2_W05	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębiony sposób specyfikę współczesnego życia społecznego, w tym obecne w nim procesy, zależności i problemy